



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## **ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH**

### **TITLE**

**STRATEGI PENETAPAN HARGA PENAWARAN OLEH KONTRAKTOR DI BANDA ACEH**

### **ABSTRACT**

Banyak munculnya kontraktor-kontraktor baru serta terbatasnya jumlah proyek konstruksi yang ada maka persaingan antar kontraktor untuk mendapatkan proyek akan semakin ketat, oleh karena itu kontraktor dituntut dapat bersaing secara positif dalam industri jasa konstruksi agar tetap eksis dan berkembang. Agar penetapan harga suatu proyek konstruksi dapat bersaing dengan harga-harga dari kontraktor yang lain perlu dilakukan penilaian khusus, sehingga kontraktor dapat memenangkan pelelangan suatu proyek konstruksi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana strategi penetapan harga penawaran oleh kontraktor, mengetahui faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan kontraktor untuk menetapkan harga penawaran, mengidentifikasi praktek-praktek yang dipakai untuk memutuskan mark up, dan mengetahui persentase besarnya mark up. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari Hui (2012) dan Kaming, Peter. F., dkk (2014). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Jumlah responden yang terkumpul sebanyak 38 perusahaan kontraktor dengan golongan badan usaha kelas menengah (M) di Kota Banda Aceh yang mengerjakan dan melaksanakan proyek bangunan gedung dengan durasi 5 tahun pada rentang waktu (2009 – 2014). Data sekunder diperoleh dari Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi (LPJK) yaitu data daftar nama kontraktor dengan golongan badan usaha kelas menengah (M) di Kota Banda Aceh. Data dianalisis secara deskriptif. Hasil perhitungan diperoleh bahwa mayoritas responden menggunakan strategi penetapan harga penawaran yang berdasarkan perkiraan biaya yang dibuat sendiri, kemudian mark up dibuat berdasarkan penilaian kondisi pasar dengan dibuat secara rinci dan disesuaikan untuk memenuhi target biaya. Faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan kontraktor untuk menetapkan harga penawaran adalah ukuran proyek, lokasi proyek, tipe proyek, tingkat kesulitan suatu proyek, pengalaman pada proyek sebelumnya, keuntungan yang akan didapat, kondisi lapangan, kondisi pasar, situasi ekonomi, keuntungan pada proyek sebelumnya, dan ketersediaan tenaga ahli. Praktek dalam memutuskan mark up, 47% responden memilih penilaian berdasarkan pengalaman-pengalaman sebelumnya. Untuk persentase besarnya mark up 50% responden memilih antara 7,5-10,0% dari perkiraan total harga proyek.

Kata kunci: strategi, harga, biaya, mark up, kontraktor Banda Aceh.